



Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin
Commercial and Residential Building, Longgang
City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China



YOUR CUSTOM PRINTING & PACKAGING PARTNER FOR SMALL AND MEDIUM BUSINESSES



Özel Nakışlı New Era Şapkalar mı, Richardson 112 mı? İş Alıcıları İçin Baz Ürün Seçim Rehberi

Details

Kısa cevap: Üst segment, sert yapılı bir tepe ve tanınmış bir perakende markası istiyor, bedenli ölçüleri ve yan taraftaki görünür bayrağı yönetebiliyorsanız özel nakışlı New Era şapkalarını seçin. Tek ayarlanabilir bedende, nakışın yalnızca ön panellerle sınırlı olduğu, rahat tarzda file arkalı bir trucker için Richardson 112 modelini seçin. Kendi etiketlerinize ihtiyacınız varsa, üçüncü taraf marka işareti istemiyorsanız ya da özel bir spesifikasyon gerekiyorsa özel markalı bir OEM şapka seçin.

Özel nakışlı New Era şapkaları arayan alıcıların çoğunun logosu ve teslim tarihi zaten hazırdır. Eksik olan çoğunlukla baz ürünleri karşılaştırmanın net bir yoludur. Şapkayı yalnızca marka adına bakarak seçmek öngörülebilir sorunlara yol açar. Bedenli bir 59FIFTY için tam bir beden serisi gerekir. New Era bayrağı 1 yan paneli kaplar. Richardson 112 modelinin file arka kısmı yan yazıyı taşımaz. Alçak ve yumuşak yapılı bir tepe, geniş bir logoyu okunmaz hale gelene kadar küçültebilir.

Bu sorunlar önemlidir, çünkü alıcılar kaliteyi birkaç saniyede değerlendirir. PPAI'nin tüketici araştırmasında kişilerin 60 % oranından fazlası, kötü malzeme veya işçilikle yapılmış bir promosyon ürününü hemen reddedeceğini, 57 % oranındaki kişi ise logosu net olduğu için bir markayı hatırladığını belirtti ([PPAI Research, "5 Saniyelik Etki"^{\[1\]}](#)). Seçtiğiniz baz ürün, logonuza ne kadar yer kalacağını, şapkanın karma bir ekibe nasıl oturacağını ve markanızın yanında kimin markasının duracağını belirler. Bu rehber, ana New Era silüetlerini, Richardson 112 modelini ve özel markalı bir OEM şapkayı tam olarak bu noktalarda karşılaştırıyor.

İçindekiler

1. [Özel Nakışlı New Era Şapkalar Nedir?](#)
2. [Baz Ürün Seçimi Neden Eskisinden Daha Önemli](#)
3. [Özel Nakışlı New Era Şapka mı, Richardson 112 mi Seçmeli?](#)
4. [Yan Yana Karşılaştırma](#)
5. [SSS](#)
6. [Önemli Çıkarımlar](#)
7. [Sonuç](#)

Özel Nakışlı New Era Şapkalar Nedir?

Bu terim şunu tanımlar: **markalı baz ürün**, yani hazır stok olarak satın alınıp ardından fason bir nakışçı tarafından logonuzla süslenen orijinal bir New Era şapka. Yeni bir şapka sipariş etmiş olmuyorsunuz. Kendi üreticisinin kimliğini taşımaya devam eden mevcut bir ürüne dikiş ekliyorsunuz; yan paneldeki nakışlı New Era bayrağı ve markanın iç etiketleri de bu kimliğe dahildir.

Öte yandan, *özel nakışlı 112 şapka* aynı modeli farklı bir baz üründe izler. Richardson 112, sert yapılı pamuk karışımı bir ön kısmı, file arka kısmı, önceden kavisli siperi ve plastik çıtçıtli kapaması olan 6 panelli bir trucker şapkadır. Her iki yol da **özel markalı OEM şapkadan** farklıdır; OEM şapkayı bir fabrika sizin spesifikasyonunuza göre üretir ve markanızla etiketler. OEM'de kumaşı, tepe yüksekliğini,

ön yapıyı, kapamayı ve iç etiketleri siz belirlersiniz. Şapka yapısına yeni başlıyorsanız, [özel nakışlı beyzbol şapkaları](#) sayfamız standart 6 panelli yapıyı anlatır. Bu makale yalnızca baz ürün kararına odaklanır.



Baz Ürün Seçimi Neden Eskisinden Daha Önemli

Şapka ürünleri artık ek bir kalem değil, ön saftaki bir promosyon kategorisidir. Şapkaların ABD'deki promosyon ürünü distribütör satışları içindeki payı 7,2 % düzeyindeyken, 2023 to 9,0 % döneminde ve 2024 itibarıyla çanta ve seyahat ürünlerini geçerek üçüncü sıraya yükseldi ([PPAI Magazine, Nisan 2025^{\[2\]}](#)). PPAI'nin o yıla ait raporu, şapka talebindeki artışın bir kısmını seçimle ilgili promosyonlara ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların tedarik faaliyetlerine bağlıyor; toplam \$26,78 milyar büyüklüğündeki bir pazar içinde ([PPAI PPAI 2024 Satış Hacmi Raporu^{\[3\]}](#)). Kanalin hacmi \$27,1 milyara ulaştı; bu rakam 2025 yılına ait, ancak büyüme tarife ve bütçe baskısı altında yavaşladı ([PPAI, Ocak 2026^{\[4\]}](#)).

Alıcıların zevki de perakende ürünlerini andıran şapkalara kayıyor. PPAI'nin Ağustos 2026 tarihli şapka ürünleri yazısı, markaların büyük logolar yerine ton sur ton nakışı ve küçük, sık dokulu işaretleri giderek daha çok tercih ettiğini bildiriyor ve şapka ürünlerini bir reklam panosundan çok bir “stil parçası” olarak tanımlıyor ([PPAI, “Perakende Kalitesindeki Şapkalar”^{\[5\]}](#)). Bu eğilim, New Era gibi adı bilinen baz ürünlerin neden kurumsal alıcıları çektiğini açıklıyor. Aynı zamanda küçük ve zarif bir logonun tepe ve panel seçimini daha az değil, daha fazla önemli kıldığını da açıklıyor.

Özel Nakışlı New Era Şapka mı, Richardson 112 mi Seçmeli?

Bu adımları sırayla izleyin. Her biri, numune için para harcamadan önce seçenekleri eler.

Adım 1: Stil seçmeden önce beden modeline karar verin

Beden, ilk ayırım noktasıdır. New Era 59FIFTY gerçek anlamda bedenli bir şapkadır ve tek tek baş ölçülerinde satılır. Üst segment bir görünüm ve his verir, bazı kullanıcılar da bedenli şapkaları daha üst düzey bir tercih olarak görür. Bunun bedeli karmaşıklıktır: baş ölçülerini toplamanız, bir beden dağılımı

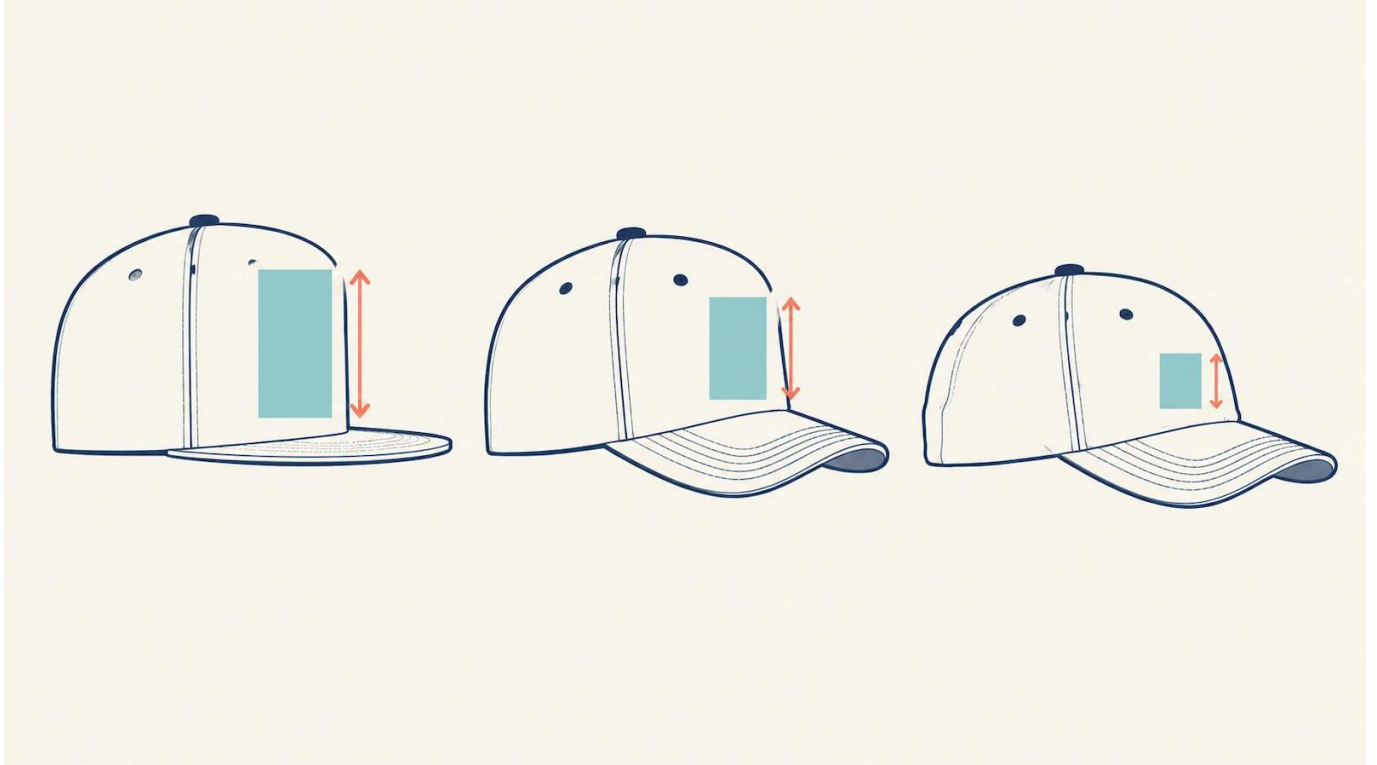
sipariş etmeniz ve kimsenin istemediği bedenlerde artan stoku kabullenmeniz gerekir. 39THIRTY birkaç beden aralığında esnek bir bant kullanır; bu bir orta yoldur. 9FIFTY snapback, 9TWENTY strapback ve Richardson 112 snapback modellerinin her biri tek ayarlanabilir bedende gelir. Hediye dağıtımı, yeni işe başlayanlar için setler veya bedenlerini bilmediğiniz etkinlik personeli için ayarlanabilir kapama neredeyse her zaman pratik seçimdir.

Adım 2: Tepe profilini logo şekline göre seçin

Tepe yüksekliği, ön panellerin sunduğu dikey alanı belirler.

- **Yüksek tepeli, sert yapılı (59FIFTY, 9FIFTY):** Bu şapkaların ön yüzü uzun ve düzdür; üst üste dizilmiş veya kare formlu işaretlere uyar. Özellikle düz siperle görünüm cesur ve sokak modasına yakındır.
- **Orta profilli, sert yapılı (39THIRTY, Richardson 112):** Bu şapkaların ön kısmı daha kısa ve daha kavislidir. Geniş yatay yazı logoları iyi çalışır. Uzun armaların genellikle küçültülmesi gerekir.
- **Alçak profilli, yumuşak yapılı (9TWENTY):** Klasik “baba şapkası” formunun ön yüzü yumuşaktır ve sert bir astarı yoktur. Sık dikişli, yazı ağırlıklı logolar buruşabilir veya paneli içeri çekebilir. En iyi sonucu basit, az dikişli işaretler verir.

Nakışçılar standart şapkalarda genellikle yaklaşık 4 inç genişliğinde ve 2 inç yüksekliğinde bir ön nakış alanından söz eder ve harf boyunun yaklaşık 0,25 inçten (6 mm) küçük olmamasını önerir. Bunları pratik kurallar olarak değerlendirin ve kullanacağınız baz ürün üzerinde doğrulayın. Daha alçak tepelerde kullanılabilir yükseklik daha da azalır.



Adım 3: File mi, tam sert yapılı paneller mi seçin

Richardson 112 modelinin file arkası; açık hava ekipleri, çiftçi pazarları ve yaz etkinlikleri için şapkayı serin tutar. File aynı zamanda dekorasyonu sınırlar. Çoğu nakışçı açık file üzerine dikiş atmaz ya da orada yalnızca çok küçük işaretler diker; çünkü açık örgü yapı şekil bozar ve dikişlere tutunacak çok az zemin bırakır. Bir 112 üzerinde yalnızca ön panel nakışı planlayın. Tamamı twill olan New Era

siluetleri her panelde dolgun kumaş sunar, dolayısıyla yan ve arka işaretler mümkün olur. Bu, ön logonun yanında başka bir yerde web sitesi, slogan veya takım adı isteyen programlar için önemlidir.

Adım 4: Bayrak dahil, nakışa açık bölgeleri haritalayın

Çoğu New Era şapkası, markanın bayrağını kullanıcının sol yan panelinde nakışlı olarak taşır. Bu panel fiilen ayrılmıştır; ikincil işaretler bu yüzden sağ yana ya da şapka tasarımı izin veriyorsa kapamanın üstündeki arka kısma yerleştirilir. Snapback veya strapback modellerde açıklığın üstünde yalnızca dar bir kemer alan kalır. Bedenli bir 59FIFTY ise kesintisiz bir arka panele sahiptir; bu, bir slogan veya şehir adı için kullanışlıdır. Hem New Era sert yapılı şapkaların hem de Richardson 112 modelinin ön kısmında orta dikiş bulunur; bu yüzden logo, dikişi temiz biçimde geçecek şekilde dijitize edilmelidir. Pratikte çok ince yazılar, 112 siparişlerinin en sık sorun yaşadığı noktadır: nakışçılar, ana logo iyi dikilse bile küçük kelimelerin bu tepede okunmaz hale geldiğini bildiriyor.



Adım 5: Tasarımı onaylamadan önce lisans ve marka kurallarını kontrol edin

Markalı bir baz ürün, ortak markalama demektir. Logonuz, her şapkada New Era'nın veya Richardson'ın işaretinin yanında yer alır. Birçok kurumsal hediye amaç budur; çünkü alıcı kaliteli bir markayı tanır. Bu düzen dört durumda sorun yaratır:

- **Marka münhasırlığı:** Marka yönergeleriniz şirket ürünlerinde üçüncü taraf logolarını yasaklıyor olabilir ya da şapkaları kendi perakende ürününüz olarak satıyor olabilirsiniz.
- **Lisanslı işaretler:** Profesyonel ve üniversite takımı logoları ticari markadır. New Era'nın resmi lisanslı şapkaları ayrı sözleşmeler kapsamında üretilir ve baz ürün satın almak, bir nakışçıya takım işaretini dikme hakkı vermez. Pazarın lisanslı kısmı büyüktür: yaklaşık \$124 milyar, ABD markalı ürün toplamı olan \$174 milyarın içinde yer alıyor (PPAI ve Oxford Economics tahmini, kaynak: [PPAI x Oxford Economics^{\[6\]}](#)). Marka sahipleri de işaretlerini buna göre korur.
- **Zimni onay:** Süslenmiş şapkaları yeniden satıyorsanız baz ürünü dürüstçe tanımlayın. Şapka üreticisinin ürün serinizi desteklediğini veya birlikte ürettiğini ima eden ürün metinleri yazmayın.
- **Etiketlerin çıkarılması:** Markalı bir baz ürünü kendi özel markanızmış gibi göstermek için

Üreticinin etiketlerini sökmek, etiketleme ve ticari marka sorunları doğurur. Kendi etiketlerinizi istiyorsanız OEM daha temiz bir yoldur.

Bu makale ticari marka konularına değindiğinde genel bir yönlendirme sunar, hukuki tavsiye vermez. Yeniden satış veya lisanslı logo içeren her programı bir hukuk danışmanına inceletin.

Adım 6: Tam olarak kullanacağınız baz ürün üzerinde numune nakış onaylayın

Bir 112 üzerinde onaylanan logo, bir 9TWENTY. zerinde aynı şekilde dikilmez. Daima nihai şapka üzerinde, nihai iplik renkleriyle hazırlanmış fiziksel bir numuneyi onaylayın. Onay sürecinin tamamı için [şapka sipariş rehberimize](#) bakın; bu rehber onu tekrarlamaz.

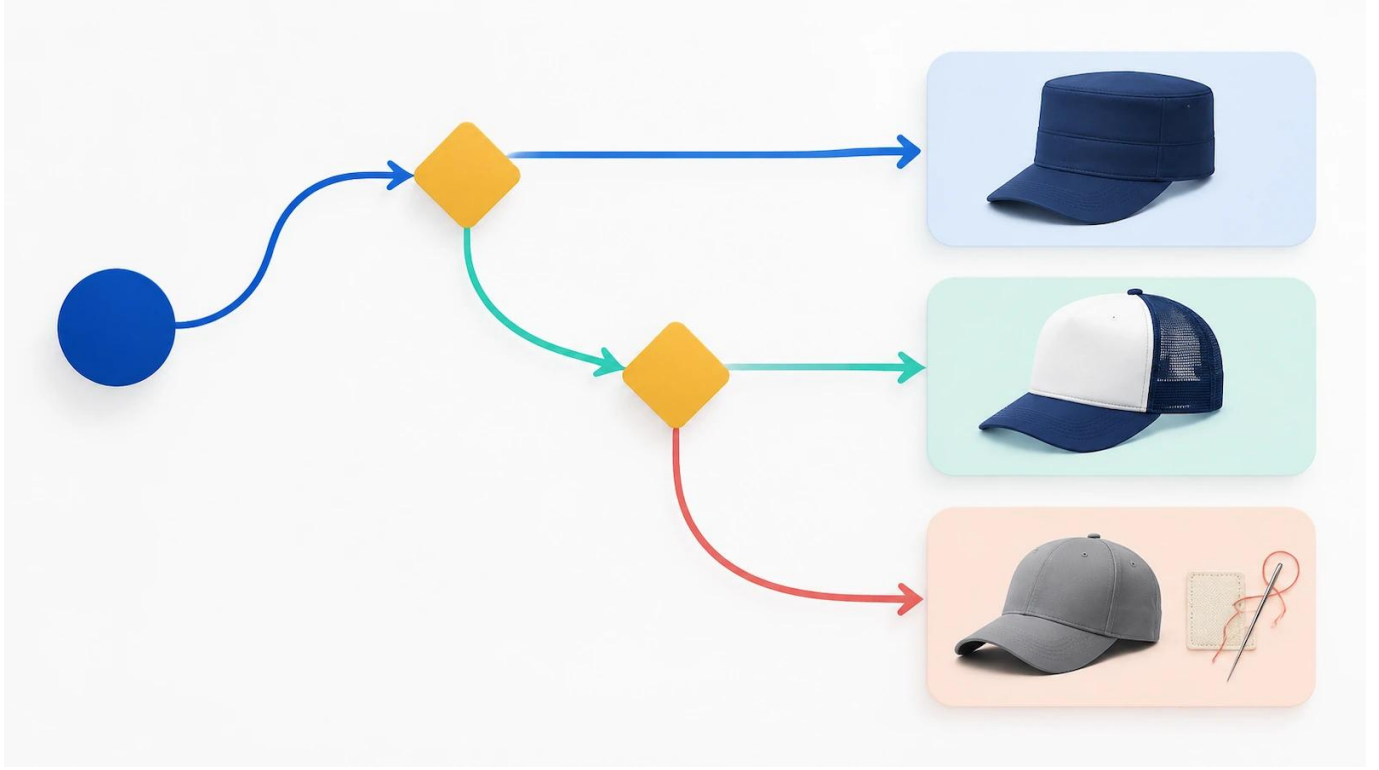
Adım 7: Özel markalı OEM şapkanın ne zaman daha iyi seçim olduğunu bilin

Aşağıdakilerden en az biri geçerliyse OEM şapkaya geçin:

- nc taraf işareti olmayan kendi dokuma etiketinize, baskılı i şeridinize veya özel ter bandınıza ihtiyaınız var.
- Logonuz dikişsiz ya da daha sert bir n panele, belirli bir tepe yüksekliğine veya hiçbir katalog baz ürününde bulunmayan bir kumaşa ihtiyaç duyuyor.
- Tekrar sipariş planlıyorsunuz ve bir katalog rengi üretimden kalktığında değişmeyecek bir spesifikasyon istiyorsunuz.
- Bir perakende hattı kuruyorsunuz ve markanıza uygun ambalaj ile etiketlere ihtiyaınız var.

Bunun bedeli planlama sresidir. Katalog stokunun aksine OEM şapka, seri üretimden önce geliştirilir ve numunelenir; bu yüzden takvimi buna göre yapın. Hız zaten promosyon alımlarında belirleyici: en büyük distribütörlerin 68,8 % kadarı, son alıcılarının daha hızlı teslimata ve acil hizmete öncelik verdiğini söylüyor ([PPAI Research, Ekim 2025^{\[7\]}](#)). OEM programı, planlı bir lansman veya sürekli bir üniforma için en iyi sonucu verir; gelecek hafta lazım olan bir şapka için değil.

Özel markalı bir şapka, etikette yer alanlardan da sizi sorumlu kılar. Elyaf içeriğini belirtmeyi seçerseniz, yüzeyin en fazla 15 % kadarını kaplayan nakış, ABD etiket ifadesi olan “exclusive of decoration” (dekorasyon hariç) ifadesiyle beyan edilebilir ([16 CFR § 303.12^{\[8\]}](#)). Pamuklu şapkalar ayrıca elyaftan bitmiş ürüne kadar kayıt gerektirir; çünkü İ Güvenlik Bakanlığı pamuk ve konfeksiyonu zorla çalıştırmaya yönelik ithalat denetiminde öncelikli sektörler olarak listeliyor ([DHS UFLPA SSS^{\[9\]}](#)). Kuralların tamamı řu sayfamızda özetlenmiştir: [rn sayfası](#).



Yan Yana Karşılaştırma: New Era Siluetleri, Richardson 112 ve OEM

Baz ürün	Tepe ve yapı	Beden ve kapama	Arka paneller	Nakışa açık bölgeler	Üçüncü taraf markalama	En uygun kullanım
New Era 59FIFTY	Yüksek, sert yapılı, düz siper	Bedenli, tek tek bedenler	Dolgun twill	Ön, sağ yan, tüm arka	Sol yanda New Era bayrağı	Perakende tarzı ürünler, bedenlerin bilindiği üst segment personel şapkaları
New Era 9FIFTY	Yüksek, sert yapılı, düz siper	Snapback, tek beden	Dolgun twill	Ön, sağ yan, küçük arka kemer	Sol yanda New Era bayrağı	Sokak modasına yakın hediyeler, karma gruplar
New Era 39THIRTY	Orta, sert yapılı, kavisli siper	Esnek beden aralıkları	Dolgun twill	Ön, sağ yan, arka	Sol yanda New Era bayrağı	Temiz bir arka yüzey isteyen kurumsal ve golf programları
New Era 9TWENTY	Alçak, yumuşak yapılı	Strapback, tek beden	Dolgun kumaş	Ön (basit işaretler), sağ yan, küçük arka kemer	Sol yanda New Era bayrağı	Küçük, az dikişli logolu rahat yaşam tarzı şapkaları
Richardson 112	Orta, sert yapılı ön	Snapback, tek beden	File	Pratikte yalnızca ön paneller	İçeride üreticinin etiketleri	Açık hava ekipleri, yaz etkinlikleri, rahat trucker görünümü

Baz ürün	Tepe ve yapı	Beden ve kapama	Arka paneller	Nakışa açık bölgeler	Üçüncü taraf markalama	En uygun kullanım
Özel markalı OEM	Spesifikasyona göre üretilir	Herhangi bir kapama	Sizin seçiminiz	Kalıp aşamasında planlanır	Yalnızca sizin etiketleriniz	Kendi markalı perakende, sürekli üniformalar, özel programlar

Gösterim başına maliyet, ekstra planlamanın neden karşılığını verebileceğini açıklar. ASI'nin 2026 Reklam Gösterimleri Araştırması, \$13 fiyatlı bir beyzbol şapkasının ortalama gösterim başına maliyetinin yaklaşık sentin onda üçü olduğunu tahmin ediyor ([ASI, Mart 2026^{\[10\]}](#)). Bu rakam yalnızca insanlar şapkayı gerçekten takarsa geçerlidir. Bu sonuçta, yandaki marka adından çok bedene oturma, tepe şekli ve okunaklı bir logo belirleyici olur.

SSS

SSS: New Era bayrağı çıkarılabilir veya üzeri dikilebilir mi?

Genellikle hayır. Bayrak bitmiş şapkanın bir parçasıdır ve üreticisini belirtir. Üzerini kapatmak veya çıkarmak, değiştirilmiş bir markalı ürün ortaya çıkarır ve ticari marka sorularına yol açabilir. Üçüncü taraf işareti olmayan bir şapkaya ihtiyacınız varsa özel markalı bir OEM şapka talep edin.

SSS: Özel nakışlı bir 112 şapka, küçük yazılı logolar için iyi bir seçim mi?

Yalnızca yazıyı sadeleştirirseniz. 112 modelinin orta yükseklikteki ön yüzü ve orta dikişi sınırlı yer bırakır; nakışçılar da ince sloganların bu modelde okunmaz hale geldiğini sık sık bildirir. Yazı logosunu büyütün, ikinci satırı çıkarın ya da yan veya arka nakışa izin veren dolgun panelli bir şapkaya taşıyın.

SSS: Personel üniforması için bedenli mi, snapback mi?

Bedenli modeli (59FIFTY) yalnızca baş ölçülerini toplayabiliyor ve bedene göre yeniden sipariş verebiliyorsanız seçin. Değişen personel, etkinlikler veya bilinmeyen alıcılar için 9FIFTY ya da 112 gibi bir snapback ya da esnek yapılı bir 39THIRTY, artan beden stokunu önler.

SSS: Bir New Era baz ürününe profesyonel veya üniversite takımı logosu ekleyebilir miyim?

Hak sahibinden izin almadan hayır. Takım işaretleri şapkanın kendisinden ayrı lisanslanır ve baz ürün satın almak bu hakları içermez. Kendi kuruluşunuzun logosunu kullanın ya da lisanslı bir kanal üzerinden çalışın.

SSS: File arka, nakışın daha çabuk aşınmasına yol açar mı?

Bir 112 üzerindeki ön nakış, destekli pamuk karışımı bir panele oturur; bu yüzden file ömrünü kısaltmaz. Sınırlama yerleşimdedir: açık file dikiş için kötü bir zemindir, bu yüzden ikincil işaretleri dolgun panellere planlayın.

SSS: Markalı baz ürün almak yerine ne zaman OEM teklifi istemeliyim?

Kendi etiketlerinize, özel bir spesifikasyona, dikişsiz veya daha sert bir ön yüze ya da birkaç sezon boyunca yeniden sipariş vereceğiniz bir şapkaya ihtiyaç duyduğunuzda OEM teklifi isteyin. Hızlı teslimat gerektiren tek seferlik bir etkinlik için süslenmiş katalog baz ürünleri genellikle daha hızlı yoldur.

Önemli Çıkarımlar

- **Şapkalar artık temel bir promosyon kategorisi; bu yüzden baz ürün seçimi bir marka kararıdır.** — Şapkaların ABD distribütör satışlarındaki payı 7,2 % düzeyinden 9,0 % düzeyine yükseldi; dönem: 2023 ile 2024 arası ([Kaynak](#)).
- **Okunaklı bir logo hatırlanırılığı artırır; bu da ön yüksekliği yeterli tepeleri öne çıkarır.** — Tüketicilerin 57 % oranı, logosu net olduğu için bir markayı hatırladı ([Kaynak](#)).
- **Kötü yapım, marka adı taşıyan bir baz ürünün getirdiği prestiji ortadan kaldırır.** — Tüketicilerin 60 % oranından fazlası, kötü malzeme veya işçilikle yapılmış bir ürünü hemen reddeder ([Kaynak](#)).
- **Takım ve lig işaretleri lisans gerektirir; baz ürünün kendisi hiçbir hak vermez.** — Lisanslı ürünler yaklaşık \$124 milyar tutuyor; bu, ABD'deki markalı ürünlerde \$174 milyarlık toplamın içindedir ([Kaynak](#)).
- **Gerçekten takılan bir şapka, pazarlamadaki en ucuz gösterimlerden biridir.** — \$13 fiyatlı bir beyzbol şapkasının gösterim başına ortalama maliyeti yaklaşık 0,3 sent ([Kaynak](#)).

Sonuç

Markadan değil, kullanıcılardan başlayın. Bedenler biliniyorsa ve üst segment, ortak markalı bir görünüm mesajınıza yardımcı oluyorsa doğru baz ürün bir New Era silütidir. Cesur bir ön yüz için 59FIFTY veya 9FIFTY, daha temiz, orta yükseklikte bir profil için 39THIRTY modelini kullanın. Şapka açık havada karma bir kalabalık tarafından takılacaksa ve logonuz basit ve yatay ise, nakışı ön panellerde tuttuğunuz sürece Richardson 112 rahat bir fiyat noktasında işi görür. Logo programınız kendi etiketlerinizi, özel bir spesifikasyonu veya istikrarlı bir yeniden siparişi gerektiriyorsa markalı baz ürünleri atlayın ve şapkanın kendisini üretin.

Son seçeneği değerlendiriyorsanız logonuzu ve hedef kullanımı bize [özel nakışlı beyzbol şapkaları](#) sayfamız üzerinden iletin. Tasarıma hangi tepe, ön yapı ve kapamanın uyduğunu size söyler, programınıza özel adet ve süre teklifi veririz.

Dipnotlar

1. PPAI Research, “5 Saniyelik Etki”, 3 Ekim 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-the-5-second-impact/> ↵
2. PPAI Magazine, Nisan 2025, ABD distribütör satışlarında kategori payı.
<https://flipbook.ppai.org/2025-04-01/38> ↵
3. PPAI, 2024 Distribütör Satış Hacmi Raporu (PDF), Şubat 2025.
<https://www.ppai.org/wp-content/uploads/2025/02/2024-PPAI-Sales-Volume-Report-2.pdf> ↵
4. PPAI, “Satış Hacmi Tahmini: Promosyon Yeni Bir Zirveye Ulaştı”, 12 Ocak 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-sales-volume-estimate-promo-reaches-new-height-but-hampered-by-external-volatility/> ↵
5. PPAI, “Perakende Kalitesindeki Şapkalar Markalı Ürünleri Nasıl Yeniden Şekillendiriyor”, 1 Ağustos 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/how-retail-quality-headwear-is-reshaping-branded-merch/> ↵
6. PPAI ve Oxford Economics, “\$174 Milyarlık ABD Markalı Ürün Pazarının İçinde”, 22 Eylül 2026.
<https://www.ppai.org/media-hub/inside-the-174-milyar-us-branded-merchandise-market/> ↵
7. PPAI Research, “Distribütörler Son Alıcı Önceliklerinde Hız ile Yaratıcılık Arasında Denge Kuruyor”, 27 Ekim 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-distributors-balancing-speed-and-creativity-for-end-buyer-priorities/> ↵

8. Elektronik Federal Yönetmelikler Kodu (eCFR), 16 CFR § 303,12, Tekstil elyaf ürünlerinde süs ve garnitürler.
<https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-C/part-303/section-303.12> ↵
 9. ABD İç Güvenlik Bakanlığı, UFLPA Sıkça Sorulan Sorular.
<https://www.dhs.gov/uflpa-frequently-asked-questions> ↵
 10. ASI, “ASI'nin 2026 Reklam Gösterimleri Araştırması: 5 Dikkat Çekici Çıkarım”, 30 Mart 2026.
<https://members.asicentral.com/news/strategy/march-2026/asi-s-2026-ad-impressions-study-5-compelling-takeaways/> ↵
-

Ekim 20, 2026